

URGENSI DIGITALISASI PRODUK PANGAN LOKAL: PENGUATAN EKONOMI LOKAL DALAM MENYONGSONG IBU KOTA NUSANTARA PADA MASYARAKAT SUB ETNIS DAYAK BAKUMPAI KABUPATEN BARITO UTARA KALIMANTAN TENGAH

Dedy Ilham Pradana¹

¹Universitas Palangka Raya
dedyilhamp@fisip.upr.ac.id

ABSTRAK

Digitalisasi merupakan sebuah keniscayaan bagi seluruh lini kehidupan masyarakat Indonesia saat ini, khususnya para pelaku ekonomi lokal yang mengatasi keterbatasan di tengah hampasan badai pandemi Covid 19 dan krisis ekonomi sektoral di area wilayah Kabupaten Barito Utara Kalimantan Tengah. Setelah disahkan UU IKN tahun 2022, banyak sekali peluang yang terbuka bagi masyarakat Kalimantan, khususnya Kalimantan Tengah yang juga ikut menjadi daerah penyokong bagi Ibu Kota Nusantara. Terlepas dari yang terpilih IKN adalah Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah juga memiliki potensi untuk menjadi daerah penyokong atau satelit bagi IKN yang baru. IKN yang mengusung tema digitalisasi pada areanya, juga mempengaruhi pola yang ada di provinsi tetangganya, tidak terkecuali Kabupaten Barito Utara yang ada di Kalimantan Tengah. Kabupaten Barito Utara, selama ini terkenal sebagai penyuplai listrik berbasis uap atau panas bumi terbesar senilai 15.000 Megawatt juga memiliki potensi lain yakni hasil pangan yang belum sepenuhnya terserap untuk kebutuhan lokal karena keterbatasan pasar dan banyaknya potensi lahirnya pengusaha lokal di Barito Utara. Digitalisasi akan mempermudah hasil pangan lokal terdistribusi dengan baik kepada konsumen khususnya memenuhi pasar diluar Barito Utara sendiri. Maraknya pengusaha lokal yang muncul namun pasar terbatas membuat hasil pangan lokal menjadi tertunda untuk dipanen, dan membuat petani lokal tidak bisa langsung mendapat hasil dari hasil kerjanya. Digitalisasi akan menjadi jawaban bagi petani lokal untuk menyalurkan hasil panennya mengingat sudah banyak market place yang tumbuh namun masih banyak diisi oleh barang dari luar Barito Utara, peluang adanya sentra digital pangan lokal akan memangkas jalur distribusi dan mempercepat petani untuk mendapat hasil. Dengan cara tersebut, petani lokal akan bisa bertahan dari hambatan lokal dan nasional bahkan transnasional apabila digitalisasi pasar akan tercipta di daerah Barito Utara.

Kata Kunci: *Digitalisasi, Pangan Lokal, Barito Utara, Bakumpai.*

1. PENDAHULUAN

Sub etnis Bakumpai, merupakan sub etnis mayoritas di Kabupaten Barito Utara (Ahmad Arya, 2021) di Kalimantan Tengah. Rerata pekerjaan sub etnis tersebut merupakan pengolah

hasil lahan dan kebun, memanfaatkan daerah DAS Sungai Barito dengan komoditas ikan lokal dan ikan ternak, perkebunan sawit, perkebunan karet, serta bekerja sebagai karyawan di perusahaan tambang batubara. Kayanya sumber daya alam yang ada, belum ada yang melirik untuk dijadikan aset digital dalam bentuk market place yang secara nasional bisa dilihat, dipesan dan diperjualbelikan pada masyarakat umum Indonesia. Melihat dalam konteks umum di Indonesia, banyak sekali start up yang sudah eksis untuk mengisi lini usaha, sebut saja Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Gojek, Grab dan lain sebagainya. Padahal bisa saja start up lokal mengisi slot untuk bertarung mengisi pasar yang belum menyajikan hasil alam baik mentah maupun olahan sebagai barang branding yang sangat luar biasa bila diwujudkan. Contoh konkret yang sukses sebagai start up lokal yang menyajikan produk lokal adalah Aruna (Herdaru P, 2020) yang sukses menjembatani masyarakat Indonesia dengan hasil laut dari daerah di seluruh Indonesia. Aruna mampu mengambil alih pasar lokal dan menjelma menjadi pasar nasional digital besar dengan 15.000 nelayan tergabung untuk menjual hasil laut yang ada di Indonesia, hal tersebut sangat membanggakan ditengah gempuran pasar digital modern dari luar negeri yang sering membawa produk luar negeri murah ke Indonesia, dengan adanya Aruna, sebenarnya kita mampu dan bisa untuk bersaing dengan pasar manapun asal dikemas dalam packaging menarik agar konsumen juga mudah mengingat dan percaya.

Kembali ke Barito Utara, dengan adanya digitalisasi pasar, maka hambatan biosnis lokal menjadi sangat mudah untuk diatasi karena ekosistem digital sudah sangat marak dan agar para petani lokal tidak tertinggal dengan masyarakat dari luar daerah bahkan dari luar negeri, dengan adanya persaingan yang sangat ketat, digitalisasi pangan lokal menjadi sebuah resolusi untuk mencapai sebuah keinginan bersama yakni menyejahterakan petani yang tergabung dalam komunitas digital tersebut. Petani lokal yang selama ini selalu terkena jerat rente hutang berjalan dengan agen besar akan menjadi tertolong apabila pasar digeser lebih dekat dengan mereka, selain itu, keuntungan yang didapat, masyarakat yang sangat suka terhadap akses digital, tidak melulu ditodong pada sajian yang sama, namun bisa memilih pasar mana yang diakses dalam platform digital tersebut.

Tujuan dari digitalisasi pangan lokal secara sederhana adalah bagaimana menggunakan ekosistem digital untuk kegiatan yang akan kembali kepada petani lokal di Kabupaten Barito utara khususnya masyarakat Bakumpai yang sangat susah untuk mengakses pasar lokal bahkan nasional, dengan adanya digitalisasi tersebut, diharapkan masyarakat Bakumpai yang selama ini terpaku untuk menjual produk pangan lokal, akan bisa bersaing dengan siapa saja, bahkan untuk menjadi daerah yang menyangga IKN di Kalimantan Timur. Apabila pangan dalam rantai pasok atau chain supply lokal dari Kalimantan Timur kurang, maka akan bisa dipenuhi dari pasar lokal Barito Utara yang tidak kalah melimpah dan sangat bisa diandalkan karena selama ini petani lokal Barito Utara kelebihan pasokan (Yulianto, 2020), pada tahun 2020, untuk beras, stok mencapai 5 Ton per hektar di lahan seluas 5000 hektar, bisa dibayangkan berapa banyak pasokan beras yang bisa terserap bagi pasar lokal apabila mampu terdigitalisasi dengan baik dan dipasarkan dalam kondisi online. Dengan potensi yang luar biasa di sektor lokal, maka yang diharapkan akan adanya potensi mendulang cuan di tengah pandemi dengan memanfaatkan bantuan ekosistem digital. Data dari Hootsuite tahun 2021 (Galuh Putri Riyanto, 2022) pengguna internet sudah tembus hingga 202 juta orang, hal ini tentu sebagai market besar yang harus ditangkap dalam ekosistem digital Indonesia.

2. METODE

Metode yang digunakan di dalam tulisan ini adalah studi literasi terstruktur sesuai dengan kebutuhan penulis yang menggunakan basis data media massa dan buku, pengerjaan tulisan ini dilakukan dengan mengakses situs yang reliable serta menggunakan analisa konseptual sesuai

digitalisasi ekonomi pangan lokal, penulis juga memakai buku terkait dengan Don Tapscott tentang *The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* terkait dengan Knowledge, Digitization, Virtualization, Molecularization, Internetworking, Disintermediation, Convergence, Innovation, Prosumption, Immediacy, Globalization, Discordance (Don Tapscott, 2018) yang intinya adalah resolusi digital terhadap masyarakat konsumsi di era baru saat ini merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa disangkal lagi oleh banyak pihak.

3. TEMUAN STUDI DAN DISKUSI

Dalam masyarakat industri tahap 4 saat ini, sudah sangat mahfum penggunaan area digital adalah suatu cara era kapital baru dalam menyediakan kebutuhan barang dan jasa, sehingga masyarakat memperoleh banyak referensi dalam sajiannya sehingga tidak monoton dihadapkan pada pasar tradisional, meskipun memang tidak menghapus adanya eksistensi pasar tradisional. Dalam tulisan Sindhunata (Sindhunata, 2010) pasar akan mengalami stagnasi jika tidak berubah, namun pasar akan kehilangan keragaman dan riuh rendah apabila benar pasar telah bertransformasi. Namun, jika pasar tidak terdigitalisasi dengan baik, maka yang akan menanggung sakit tentunya adalah pasar pangan lokal yang kesulitan menembus pasar selain wilayahnya sendiri, dalam era menyambut IKN, tentunya digitalisasi pasar akan didukung untuk menyokong daerah baru yang akan segera terbentuk dan terealisasi di tahun 2024, jika tidak dimulai, yang akan kehilangan start adalah pemain lokal, sekali lagi, jika pasar tidak segera terealisasi maka tidak akan ada daerah atau negara yang mengenal produk mentah atau olahan dari petani di area lokal khususnya Barito Utara dan tidak ada yang mengenal tentang berbagai macam keanekaragaman hayati pangan lokal di tingkat pasar lokal dan nasional, bahkan internasional.

4. KESIMPULAN

Dalam era industri revolusi 4.0, sudah sangat wajib bagi petani lokal untuk melek digital khususnya dalam pemasaran produk agar tidak tergantung pada market lokal dan pada agen rente, sehingga masalah distribusi barang hasil panen tidak terancam gagal penyaluran dan menyegerakan mendapatkan hasil dari panen, khususnya petani lokal di Sub etnis Dayak Bakumpai yang selama ini selalu terkena dampak dari sebaran hasil panen dari negara luar Indonesia. Saran, untuk tulisan ini sangat jauh dari sempurna, namun bisa menjadi awalan terhadap cerminan urgensi digitalisasi pangan lokal menjadi e-commerce yang bisa bersaing dengan produk diluar Barito Utara bahkan dari serbuan pangan luar negeri di tenganga Indonesia.

REKOGNISI

Penulis merupakan mahasiswa IPB Jurusan Sosiologi Pedesaan yang memang fokus di digitalisasi ekonomi lokal. Pernah menjadi pemenang hibah penelitian DRPM Kemdiknas tahun 2012 dan 2013. DRPM Kemristekdikti Tahun 2017. Hibah Penelitian di Kecamatan Makunjung Kabupaten Murung Raya Tahun 2019. Tim ahli Penyusun Ranperda Masyarakat Hukum adat Tahun 2020.

REFERENSI

- Arya, Ahmad. 2021. *Mengenal Suku Dayak Bakumpai*. Banjarmasin; Banua Press.
- Creswell, Jhon W. 2010. *Research Design*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar.
- Pras, Herdaru. 2020. *Cerita Start up Perikanan Aruna Yang Lahir Dari Anak Nelayan*. CNBC.
- Riyanto, Galuh Putri. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas.com.
- Sindhunata. 2010. *Yen Pasar Ilang Kumandange*. Jakarta; Kompas
- Tapscott, Don. 2018. *The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. London; McGraw-Hill Education Publisher.
- Yulianto. 2021 *Di Lahan Kering Kalteng, Varietas Talun Koyem Tembus 5 Ton/Ha*. Sinartani.